デジタル「調査報告会」を実施

日印産連　導入背景に新解釈も

（一社）日本印刷産業連合会（金子眞吾会長）のデジタルプレス推進協議会は3月26日、東京都中央区新富の日本印刷会館で「デジタル印刷の現状と展望」に関する調査報告会を開催した。日印産連が傘下10団体に対して毎年定点調査を実施している「デジタル印刷に関するアンケート調査」の最新報告で、2018年の集計を分析して公開。当日は有識者4人によるデジタル印刷のビジネスモデルを探るパネルセッションも企画されるなど、100人以上が聴講した。

日印産連はデジタル印刷に関する定点統計調査として2010年からアンケートを実施。総導入台数や総出力枚数に基づく国内デジタル市場の統計やユーザーの平均像抽出を通じて、普及と市場拡大に向けた定性的課題を調査している。

冒頭、最新の18年傾向について「代わり映えが少ないものだった」と評したデジタルプレス推進協議会座長でJAGAT専務理事の郡司秀明氏は、世界の傾向として「米国では印刷会社の人材にかけるコストの内訳が大きく変わりはじめている」と、デジタル印刷にまつわる潮流に言及した。

これからは提案営業だと長らく営業マンに投資してきたが、自社の営業マンは仕事を獲ってきているかと郡司氏は、米国の結論を例に「営業はウエブでいい」、代わりにマーケティングの専門家を雇うとして「IT技術者やSEを雇う動きがみられる」と実際に視察した印刷会社の事例を交えて報告。今回のアンケート調査では「そういった国内の動きは数値化されなかった」（同）一方で、と続けて「自由記入欄では、IT技術者やデジタルマーケターを社内に迎える目的で、今までのアナログ印刷機だけの設備ではどうしようもないためデジタル印刷機を設備した、という報告が載りはじめた」と、グラフ外の国内デジタルユーザーの動きを紹介した。

後を継いで、JAGATの花房賢担当部長が登壇し調査報告を詳説。このうちデジタル印刷の売り上げ構成比に言及した同氏は「デジタル印刷関連の売上高が『1～3%以下』と回答した企業が21%と最も多く、0～5%以下の回答が過半数となった。その一方で『20～30%』と回答した企業が14・4%と2番目に多かったのに加えて『50%超』も5・4%を計上」として「デジタル印刷が事業の主力になっている企業も、全体の10%程度存在している」と報告した。

このほかにも▽全売り上げに占めるデジタル印刷の割合は平均11・2%▽デジタル印刷市場の期待を集める「DM」▽受注1件あたり平均ロット「500枚以下」が全体の62・8%▽デジタル印刷の売り上げは「今後も従来印刷を越えることはない」と68・7%が回答、などと花房氏は最新の調査報告を総括した。

当日はほかにも「印刷の価値が変わるどのように」と題したパネルセッションを実施。フュージョン㈱の花井秀勝会長、㈱グーフの岡本幸憲社長、㈲メディアテクノスの井上秋男代表、フォーム工連の山口実専務理事がそれぞれの知見と視点から意見を交換した。

デジタル報告会に続いて４者によるパネルセッション（上）も。人気のセミナーで会場は満員に

フォーム工連　欧州の印刷事情紹介　フンケラー展示会視察

飯塚孝雄氏

日本フォーム印刷工業連合会（櫻井醜会長）は3月28日、東京都中央区新富の日本印刷会館で「欧州印刷事情視察報告会」を開催し、100人超の来場者が集まった。

同会は、フォーム工連と㈱印刷出版研究所が2月に実施したスイスへの視察ツアーの報告会。展示会「Hunkeler（フンケラー）innovatio ndays2019」をはじめ、企業視察などの内容を振り返った。

冒頭、フォーム工連の国際委員長、和田英久氏が「視察ツアーは18人にご参加いただいた。本日の報告会で有益な情報を持ち帰ってほしい」とあいさつした。

注目展示の紹介として、フンケラーの国内における販売代理店を務める篠田商事㈱の飯塚孝雄氏が登壇した。関連企業100社が集い40ほどの新製品を披露した同展には、100カ国以上から6500人が来場。内容について、飯塚氏は「HP、SCREEN、キヤノン、ゼロックス、リコーなどのデジタル印刷機に、断裁や製本といったフンケラーの最新の後加工機を接続したデモンストレーションを披露した。40ラインほどの実演を行い、加工速度の向上による高生産性、簡易操作性がご理解いただけたのでは」と話した。

１００人を超える参加者が海外の製品情報や市況に耳を傾けた

企業視察などを通じて「欧州では紙の本を読む文化が根強く、オンデマンドの出版事業には可能性がある」「スキルレスで生産ができるとなれば印刷会社ができることはなにか」といった感想が聞かれた。

一般の「情報伝達のための商業印刷業」は、他の手段（ウェブサイトやpdfなど）やネット注文などによって構造破壊が進みつつありますが「ラベルは他のものに置き換えが難しい」という特性があるので、商業印刷と比べるとラベル印刷は比較的安泰という、幸せなポジションにあるように見受けられます。しかし、前回に紹介した「アドオン方式のIJユニット」が既存ラインのフレキソ印刷機に後付けで搭載されたり、これまでラベルを発注してきたエンド顧客の生産ラインに設置されたり、びんやプラボトルに直接プリントすることでラベルそのものを不要にしたりといった動きも活発化しています。常にIJ業界の動きにアンテナを張って、そういうトレンドを見逃さないように感度を高めておくことが重要かと思う次第です。（了）

SMラベル®
セールス モラール
―規格品ラベル総合メーカー―
ヒカリ紙工株式会社
〒799-0704　愛媛県四国中央市土居町津根3666番1
TEL（0896）74-7655（代）　FAX（0896）74-7557（代）
東京営業所　TEL（03）3851-9391　FAX（03）3851-9494

業界短信

正札…5月17日㈮午後2時から、新宿区西新宿の京王プラザホテルで「第68回通常総会」を開催。なお、午後3時15分からはJFLP会長で正札協組副理事長の田中祐氏が講演を行う。

京都…5月18日㈯午後5時30分から、京都市南区東九条西山王町のマリアージュグランデで「令和元年度通常総会」を開催。

九州…5月22日㈬午後1時30分から、福岡市博多区博多駅中央街のオリエンタルホテル福岡で「第38回通常総会」を開催。なお、午後3時からは落語家の桂竹千代さんを迎え講演会を実施する。

ラベル…5月23日㈭午後4時30分から、台東区池之端の上野東天紅で「第53回通常総会」を開催。

大阪…5月27日㈪午後4時30分から、大阪市阿倍野区松崎町の都シティ大阪天王寺で「第62回通常総会」を開催。

大阪青年部…5月10日㈮午後6時30分から、大阪市北区芝田の新阪急ホテルで「2019年度通常総会」を開催。

コンテンツ東京19

「ライセンシング ジャパン」「広告デザイン・ブランディングEXPO」など7つの展示会から構成される「コンテンツ東京2019」（リード エグジビション ジャパン㈱主催）が4月3日から3日間、江東区有明の東京ビッグサイトで開催。各種コンテンツを活用した販促や製品を提案するブースが軒を連ね、印刷関連企業も多数出展し、会期中、4万8549人が来場した。

ローランド ディー.ジー.㈱（東京営業所・東京都港区浜松町、☎03・5733・4410）は、昨年新設されたCOTO事業部が〝コトづくり〟のモデルケースを披露。卓上サイズのインクジェットプリンタ（IJP）を積んだカスタマイズカー「COTOVAN」で会場に乗り付け、来場者がタブレットでキーホルダーのデザインや色などを選択すると即時印刷されるというソリューションを実演した。担当者は「プリンタを操作するアプリ開発も支援し、デザイナーが描いた絵を即時出力するなどの体験を提供していきたい」と話した。

コトづくりを実践する「COTOVAN」（上）や和紙マスキングテープ（中）、ゴールドのトナーなど展示

コンテンツ生かす印刷　オンデマンドな供給を

紙の専門商社である**㈱深山**（東京都台東区元浅草、☎03・3842・1211）は、多様な紙に印刷・加工を施した商品群を披露。和紙に社名を印刷したマスキングテープや紙製のホワイトボードなどを展示したほか、手動のエンボス加工機で紙の意匠性を高めるデモンストレーションを実施し、担当者は「紙ならではの存在感を実例として示し、需要を喚起したい」とコメントした。

㈱サンユー印刷（東京営業所・東京都台東区東上野、☎03・3836・1517）は、シール・ラベルや紙器を小ロットから製造できるとPR。IJPを活用して、キャラクターグッズなどをオンデマンドで出力する即時性を訴えた。

富士ゼロックス㈱（東京都港区赤坂、☎03・6271・5111）は、ゴールド・シルバー・ホワイトのトナーを搭載した複合機「DocuColor 7171P（Model-ST）」を紹介。特色表現を1枚から可能である利点を訴求し、同機で印刷を行った紙器のサンプルを並べた。

㈱吉田商会（東京都千代田区神田神保町、☎03・3263・3556）は、卓上タイプの箔押し機「DC-2」を活用し、印刷物に輝きを付与するソリューションを訴求。担当者は「関連会社でシール・ラベルのレーザー加工にも対応可能」と話した。

また、新元号「令和」の文字をIJPで印刷したキーホルダーなど、時流に乗った提案を行うブースも随所に見られた。

そのほか、コンテンツを訴求する手段として、立体的な視覚効果を演出するホログラム映像などが注目され、来場者の関心を集めた。

USED PRINTING & RELATED MACHINERY
中古ラベル印刷機
その他印刷・製本・紙工機械
高価現金
JAY CO.JP 買取致します
（株）ジェイ エンタープライズ
TEL 03-5706-5100 MOBILE 090-4008-6374
http://www.jay.co.jp sunish@jay.co.jp

インクジェットヘッドの世界

大野インクジェットコンサルティング代表　大野 彰得

インクジェット（IJ）ヘッドの特徴やトレンドを伝える本連載もいよいよ最終回。IJに精通した筆者の目から見たデジタルの将来性を詳らかにする。

◇◇◇

さてここまで、IJの歴史、種類、各社の特徴、応用分野の現状やラベル分野に起こりつつあることをご紹介してきました。今回は締めとして、私から見えている産業用IJを取り巻く状況と今後について私見を述べてみたいと思います。

大企業と小企業

ヘッドを開発しているのは資金力のある、いわゆる大手企業がほとんどですが、それを使ってプリンタを開発するのは大手のみならず、中小のインテグレーターも数多く参入しています。大企業は、エンド顧客からは遠い一方で完璧な製品と大量生産を指向するので市場調査や開発に資金と時間をかけます。中小は、具体的な顧客との接点が密接で要望や仕様を直接ヒアリングして開発に着手することが多く、迅速で小回りが利きます。印刷の何百年という歴史のタイムスケールから見れば、まだまだ黎明期の産業用IJには、後者の迅速で軽い動きが活躍する余地が大きいと期待しています。

純正インクと独立インクベンダー

アナログ印刷では、印刷機メーカー・インキメーカー・版材メーカーはそれぞれ独立しており、印刷業に独立インクベンダーが存在できる余地があるというのが一般的な考え方で、純正インクを供給する大企業プリンターメーカーからは「海賊インク」などと呼ばれ敵視されます。

しかし、前述の様に大企業はエンド顧客とは遠く離れているため、必ずしも純正インクが価格だけでなく性能面でも全ての顧客の要望を満たしていないこともあります。独立インクベンダーは逆にエンド顧客に近く、実際の顧客要望に沿った性能を満たしたインクを開発しているケースも。単純に価格が安いだけではない点に大企業も思いを致し、その商品化体制を再考する必要がありそうです。

海外と国内

産業用IJの普及は、それが進んでいる欧州や中国と比べると、日本ではなぜか浸透が遅れているように見えます。遠目で見れば「日本がヘッドを供給し、欧州がシステムを開発して商売し、中国がそれを普及させ、米国は欧州企業を買収する」という状況で、日本でのシステム開発やIJプリントでのビジネスはまだ爆発していないようです。国内だけを見ていたら世界の流れから取り残されるのではという危機感さえ抱いています。業界の動きが見える展示会も、徐々に日本から中国にシフトしています。ラベル新聞社も欧米のラベルエキスポやドルッパなどに視察ツアーを企画されているので、そういう機会をとらえてぜひ、海外事情を常にアップデートされることをお勧めします。

デジタルディスラプションとラベル

デジタルプリントが「版が不要・可変印刷が可能」という点だけをメリットとして、アナログ印刷の置き換えを狙うのは難しいと感じます。従来の印刷産業の固定費構造を維持したままで、アナログ印刷機をデジタルプリンタに置き換えようとしても「インクが高いので無理」という結論になりがちです。デジタルプリンタは、既存のサプライチェーンを大きく中抜きして、産業構造を破壊（ディスラプション）してこそ存在する意味があります。

第6回「IJを取り巻く状況と将来」

IJの真価は「産業構造の破壊」

IJの新発表が活況を呈す海外展示会

▽筆者紹介…大野彰得（大野インクジェットコンサルティング代表）。コニカミノルタ㈱の産業用インクジェット事業の事業部長、執行役を歴任。退社後、現在はインクジェットの普及を促すウェブサイト（https://ohno-inkjet.com）を運営している。